

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ОЦЕНКЕ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ НА САЙТАХ ОЦЕНОЧНЫХ КОМПАНИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ООО «АБК – Активные бизнес консультации»

Информация с сайта: <http://www.active-consult.ru/ocdelovreputac.htm>

Оценка деловой репутации (goodwill)

ГУДВИЛ – это преимущества, которые получает покупатель при покупке уже существующей и действующей компании в сравнении с организацией новой фирмы. Однако для оценки гудвилла (**оценки репутации** фирмы) продажа компании не является обязательным условием.

Оценка гудвилла — это определение разности между стоимостью всех активов и пассивов организации и единым имущественным комплексом.

Оценка деловой репутации и других не идентифицируемых активов целесообразно связывать с какими-то идентифицируемыми активами, в том числе с товарным знаком или брендом.

В условиях современного мира любой объект собственности — это возможный источник дохода и объект рыночной сделки. Таким же объектом являются и права собственника. Нематериальные активы (товарные знаки, бренд, технологии, ноу-хау, специальные маркетинговые разработки) оказывают существенное влияние на конкурентоспособность и эффективность ведения бизнеса — они способны приносить дополнительные доходы.

На стоимость компании, её конкурентоспособность, нередко влияет именно «деловая репутация», как принято говорить в России. В западных странах и в международной практике применяется термин «Гудвилл» (Goodwill).

Оценка репутации фирмы (гудвилла) состоит в определении совокупности тех элементов бизнеса или персональных качеств, которые стимулируют клиентов обращаться именно к данной компании, которые приносят фирме прибыль сверх требуемой для получения разумного дохода на все остальные активы компании.

Гудвилл в деловом мире рассматривается как **стоимость деловой репутации** фирмы. **Деловая репутация** в структуре нематериальных благ выделена согласно ст. 150 Гражданского кодекса РФ. Гудвилл возникает, когда компания получает стабильные, высокие прибыли, ее доходы превышающие средний уровень в данной отрасли. Гудвилл как экономическая величина оценивается и принимается на баланс только в момент смены владельца предприятия.

Большое количество сделок в мире по слиянию, при которых компании приобретались по гораздо большим ценам, чем стоимости активов - прямое доказательство того, что существует нечто нематериальное, возможно неотделимое от самой компании, но существенно изменяющее стоимость бизнеса. Для данного явления в корпоративном бизнесе используется термин "гудвилл", от английского Goodwill, что в дословном переводе означает "добрая воля", т.е. готовность покупателя заплатить больше общей стоимости активов.

Для большинства компаний гудвилл (**деловая репутация фирмы**) является самым значительным активом, которому не присущи идентифицируемость и обособленность.

Иногда гудвилл привязывают к эксклюзивным правам обладания торговым знаком. Такой вид нематериального актива будет иметь определенный срок службы и является амортизируемым.

Вообще гудвиллом может являться все, что помогает компании получать больше прибыли на единицу активов, чем у средней аналогичной компании. Например, это может быть грамотный руководитель, хорошо обученный дружный персонал или выгодное территориальное месторасположение.

Оценка стоимости гудвилла осуществляется по двум основным методам:

- избыточных прибылей – оценка гудвилла как бренда, который помогает компании извлекать больше прибыли по сравнению с ситуацией, если бы она продавала небрендовый товар, не обладающий известной торговой маркой;
- балансовом – **стоимость гудвила** равняется разнице между стоимостью бизнеса в целом и стоимостью его активов, как материальных, так и нематериальных.

Что такое Гудвилл?

Первоначально нужно определить, что такое хорошая деловая репутация компании: во-первых, это сильная команда менеджеров и разработанная маркетинговая стратегия, во-вторых, высокое качество

продукции (услуг или работ), третье — высокие кредитные показатели, а также корпоративная культура и выгодное месторасположение, налаженные отношения с поставщиками.

Таким образом понятно, что стоимость организации, представленной единым имущественным комплексом, существенно отличается от стоимости активов и пассивов организации. Доказательством этому является большое количество слияний и поглощений в США, Европе, когда компании приобретались за гораздо большие или наоборот, меньшие суммы, чем стоимости их активов. Разница между этими двумя показателями и называется goodwill (гудвилл). Произошло данное понятие от английского слова «GoodWill», что в дословном переводе значит «добрая воля» - это готовность покупателя заплатить большую или меньшую сумму, чем стоимость всех чистых активов приобретаемой компании. Деловая репутация, Гудвилл, может быть, как положительным, так и отрицательным.

В большинстве случаев собственники бизнеса любят переоценивать влияние имеющихся у них нематериальных активов, из-за чего реализуемая стоимость бизнеса существенно увеличивается. Важно учитывать, что неосознанный (нематериальный) капитал должен конвертироваться в доход — и показатель этого дохода должен существенно превышать среднерыночный. То есть, бренд является менее ценным, если он не выигрывает в конкурентной борьбе и не дает продавать товар дороже, чем аналогичный продукт конкурента. Таким образом, Гудвилл является отрицательным — и негативно влияет на итоговую стоимость компании, поскольку при таких же материальных активах реализовать продукцию будет сложнее, чем с положительным Гудвиллом.

Как осуществляется оценка Гудвилла?

Есть два способа определить стоимость гудвилла:

1. Метод избыточной прибыли предполагает представление **оценки Гудвилла**, как источника дополнительных поступлений прибыли. Согласно данной методике, происходит прямое противопоставление уровней прибыльности оцениваемого предприятия и конкурентов (или аналогичных по отрасли) с последующей капитализацией той части, которая не может объяснена «материальным» влиянием (активами);

2. Балансовый метод основывается на учете результатов конкретных торговых операций. Величина приобретаемого «гудвилла» (деловой репутации), представляется, как размер разницы между суммой, которую уплатили за предприятие, и совокупной стоимостью активов и пассивов этого предприятия, которая зафиксирована в последнем бухгалтерском отчете или балансе.

Рассматривая балансовый метод нельзя не отметить его громоздкость и неудобство. Сравнительный метод является более надежным, так как **оценка гудвилла** в бизнеса должна быть материально осязаемой — ведь именно она объясняет, почему продукция от компании «Adidas» будет стоить дороже, чем любой другой местный спортивный костюм. Кстати говоря, сравнительный метод является также эффективным и во многих других случаях.

В деловом мире Гудвилл рассматривается как стоимость деловой репутации организации. Она выделена статьей 150 Гражданского Кодекса Российской Федерации. Необходимость в **оценке Гудвилла** появляется тогда, когда организация получает высокую прибыль, а её доходы существенно превышают средний уровень по всей отрасли. Как экономическая величина стоимость Гудвилла оценивается и принимается на баланс, как правило, при смене владельца организации.

В каких случаях нужно оценивать Гудвилл?

1. Покупка или продажа бизнеса — это основная причина, по которой важно оценить Гудвилл. Ведь помимо материальных активов, компания заработала еще и определенную лояльность потребителей, смогла занять определенную нишу на рынке, дала знания и опыт своим сотрудникам. Расчет этого крайне важен, поскольку, как уже говорилось, продажа предприятия может происходить за гораздо более высокую цену при хорошем Гудвилле;

2. Слияние и поглощение компании — здесь причины те же, что и при покупке или продаже бизнеса. Важно учесть всю выгодность сделки — иначе одна из сторон потеряет интерес к её совершению;

3. Принятие управленческих решений — знание о точной стоимости своей компании помогает принимать более точные и верные управленческие решения.

Какие документы необходимы для проведения оценки Гудвилла?

1. Бухгалтерская отчетность за последние 3 года (или возможное количество предыдущих периодов), а также бухгалтерский баланс и отчет о прибылях, убытках;

2. Аудиторские заключения по бухгалтерской отчетности компании (если есть);

3. Перечень основных материальных средств компании на дату проведения оценки;

4. Информация обо всех имеющихся активах предприятия (недвижимость, акции сторонних организаций, вексели, запасы, патенты, лицензии и т. д.) с расшифровкой и пояснениями;

5.Расшифровка дебиторской задолженности компании;

6.Информация о наличии дочерних компаний и финансовая отчетность по ним.

Компания «Активные Бизнес Консультации» понимает всю важность точного определения стоимости Гудвилла — ведь именно данная оценка является одной из самых ярких характеристик вашей торговой и предпринимательской деятельности. Оценить лояльность потребителей, их доверие к торговому знаку и бренду в целом, и учесть эти факторы при оценке стоимости предприятия — цель **оценки Гудвилла**.

Оценка деловой репутации предприятия — это оценка совокупности тех средств, которые дают потребителю мотивацию приобретать тот или иной товар, что в конечном итоге приносит предприятию сверхприбыль. Любое предприятие обладает репутацией, однако стоимость её, т.е. **гудвилл** (от англ. Goodwill — «хорошая репутация»), может оцениваться по-разному. Несомненно, гудвилл относится к нематериальным ценностям предприятия, что закреплено статьей 150 Гражданского кодекса РФ. В то же время это единственный вид НМА (нематериальных активов), который не может рассматриваться отдельно от предприятия. **Стоимость гудвилла** — это сумма, которую готов заплатить покупатель сверх реальной стоимости активов предприятия. В основном, существует два способа **оценки гудвилла**: 1) оценка избыточных прибылей, т.е. **оценка гудвилла**, как некой торговой марки или бренда, который дает возможность предприятию получать большие прибыли, нежели оно могло бы получить при торговле небрендовым товаром; 2) балансовый метод, т.е. гудвилл предстает как разница между стоимостью всего предприятия и рыночной стоимостью его активов.

Значение гудвилла может быть как положительным, так и отрицательным. Гудвилл будет отрицательным при том условии, что **рыночная стоимость предприятия** окажется ниже балансовой стоимости чистых активов. Положительная деловая репутация (гудвилл) складывается благодаря тому, что стоимость предприятия превышает стоимость его активов и пассивов. Это значит, что предприятие обладает неким качеством, которое не определяется стоимостью его активов и пассивов. Именно это качество есть совокупность активов, мотивирующая клиентов использовать товары и услуги конкретного предприятия.

Фактически деловая репутация не имеет срока давности. В российской экономической практике принято считать, что прибыль от репутации можно получать в течение 20 лет. Однако это величина условная, рассчитать точный срок положительного эффекта от действия репутации практически невозможно. Во многом это зависит и от того, что именно является гудвиллом в данном конкретном предприятии. Гудвиллом могут быть хорошо обученный сотрудники, исключительный руководитель, система управления предприятия в целом, качество обслуживания клиентов, обладание эксклюзивной торговой маркой, лицензии, патенты, базы данных клиентов, долгосрочные контракты.

Оценка деловой репутации (goodwill), документы

Для того, чтобы оценить стоимость гудвилла или деловой репутации, необходимо предоставить следующие документы

- Копии учредительных документов (Устав, Учредительный договор, Свидетельство о регистрации).
- Копии проспектов эмиссии, отчетов об итогах выпуска ценных бумаг (для акционерных обществ).
- Виды деятельности и организационная структура компании.
- Копии договоров аренды на недвижимое имущество (если есть).
- Данные бухгалтерской отчетности за последние 3-5 лет (или возможное количество предшествующих периодов): бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках.
 - Последнее заключение аудитора (если проводилась аудиторская проверка).
 - Ведомость основных фондов.
 - Инвентарные списки имущества.
- Данные о всех активах (недвижимости, запасах, акциях сторонних обществ, векселях, нематериальных активах и пр.).
 - Расшифровка кредиторской задолженности.
 - Расшифровка дебиторской задолженности: по срокам образования, по видам дебиторской задолженности, доля сомнительной задолженности.
- Информация о наличии дочерних компаний, холдингов (если есть), финансовая документация по ним.
- План развития предприятия на ближайшие 3-5 лет с указанием планируемой валовой выручки по товарам/услугам, необходимых инвестиций, затрат, чистой прибыли - по годам.

Данный перечень документов носит предварительный характер и может быть сокращен или расширен после детального ознакомления оценщика с заданием на экспертизу.

ООО «Академия профессиональной оценки» (г. Москва)
Информация с сайта: <http://www.apold.ru/01.02.04/1.aspx>

Оценка деловой репутации (гудвилл)

Как правило, потребность в оценке деловой репутации компании появляется в тех случаях, когда необходимо решить определенную конкретную задачу, связанную с использованием имущественных прав на данное предприятие (компанию, фирму). Необходимость оценки деловой репутации обусловлена целью использования имущественных прав. Что такое оценка репутации фирмы?

Деловая репутация компании в структуре нематериальных активов выделена в отдельную строку (понятие) в соответствии со статьей 150 Гражданского кодекса РФ. Деловая репутация, или гудвилл (оригинальное словосочетание на английском языке "good will") в деловом мире рассматривается с двух разных позиций. Одни специалисты привыкли считать, что гудвилл - это стоимость практически всех нематериальных активов компании, другая точка зрения заключается в том, что гудвилл определяется как величина, на которую стоимость предприятия (бизнеса компании) превосходит стоимость его материальных активов, а также той части нематериальных активов, которые проведены в бухгалтерской отчетности (отражены в сводном балансе предприятия).

В процессе оценки деловой репутации компании (предприятия), понятие "гудвилл" принимается во втором смысле (значении). Гудвилл возникает тогда, когда компания получает высокие прибыли, причем в течение довольно длительного интервала времени (то есть, компания отличается стабильностью), когда доход компании на активы (или на собственный капитал) выше среднего показателя по отрасли, в результате чего стоимость бизнеса превосходит стоимость его чистых активов. Гудвилл, как экономический показатель, принимается на баланс только во время смены владельца предприятия.

Основные свойства деловой репутации (гуд-вилл) фирмы • Существует только при наличии избыточной прибыли (выше, чем в среднем по своему сегменту рынка) • Не может быть отделена от компании (действующего предприятия), как следствие, не может быть продана самостоятельно, в отдельности от предприятия

Необходимо отметить, что в ряде случаев стоимость деловой репутации фирмы может значительно превышать стоимость балансовых активов предприятия. Потому, при сделках купли-продажи действующего бизнеса, необходимо проводить качественную оценку деловой репутации фирмы. Это обязательное условие для выявления справедливой рыночной цены, которая устроит как покупателя компании (предприятия), так и продавца.

Перечень документов и информации, необходимых оценщику для проведения оценки деловой репутации предприятия

- Копии учредительных документов (Устав, Учредительный договор, Свидетельство о регистрации) предприятия;
- Копии проспектов эмиссии, отчетов об итогах выпуска ценных бумаг (для предприятий в форме акционерных обществ);
- Виды деятельности предприятия и его организационная структура;
- Краткое описание сегмента рынка, где действует предприятие и конкурентной среды;
- Копии правоустанавливающих документов на недвижимое имущество предприятия (если есть);
- Бухгалтерская отчетность предприятия за последние 3 - 5 лет (или возможное количество предшествующих периодов) - бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках;
- Аудиторские заключения (если проводилась аудиторская проверка) по предоставленной бухгалтерской отчетности предприятия;
- Перечень основных средств предприятия на дату оценки;
- Данные обо всех активах предприятия (недвижимости, запасах, акциях сторонних обществ, векселях и пр., нематериальных активах - патентах, лицензиях) с расшифровкой;
- Расшифровка дебиторской задолженности предприятия;
- Информация о наличии дочерних компаний (если есть) и финансовая документация по ним;
- Краткий бизнес-план на ближайшие 3 - 5 лет с указанием планируемой валовой выручки по товарам/услугам, необходимых инвестиций, затрат, чистой прибыли и т.п. - по годам. Бизнес-план должен быть одобрен руководителем предприятия.

Указанные документы для оценки деловой репутации (гудвилл) должны быть предоставлены в виде копий, заверенных печатью и подписью уполномоченного лица предприятия, либо нотариально.

ООО «Аплайн» (г. Москва)
Информация с сайта: http://www.apline.ru/nma_goodwill.html

Оценка деловой репутации (гудвилла)

Список документов и сведений, предоставляемых Оценщику для оценки деловой репутации

1. Данные бухгалтерской отчетности за последние 3-5 лет (или возможное количество предшествующих периодов): бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытка;
2. Последнее заключение аудитора (если проводилась аудиторская проверка);
3. Ведомость основных фондов;
4. Инвентарные списки имущества;
5. Данные о всех активах (недвижимости, запасах, акциях сторонних обществ, векселях, нематериальных активах и пр.);
6. Расшифровка кредиторской задолженности;
7. Расшифровка дебиторской задолженности: по срокам образования, по видам дебиторской задолженности, доля сомнительной задолженности;
8. Виды деятельности и организационная структура компании;
9. Данные договоров аренды на недвижимое имущество (если есть);
10. Информация о наличии дочерних компаний, холдингов (если есть), финансовая документация по ним;
11. План развития предприятия на ближайшие 3-5 лет с указанием планируемой валовой выручки по товарам/услугам, необходимых инвестиций, затрат, чистой прибыли - по годам;
12. Копии учредительных документов предприятия;
13. Копии проспектов эмиссии, отчетов об итогах выпуска ценных бумаг (для акционерных обществ);
14. Сведения о Заказчике:
для юридических лиц: организационно-правовая форма; полное наименование; основной государственный регистрационный номер (далее ОГРН), дата присвоения ОГРН; место нахождения;
для физических лиц: Ф.И.О. Заказчика; контактный телефон; серия и номер документа, удостоверяющего личность, дата выдачи и орган, выдавший указанный документ).

Оценка деловой репутации необходима при:

1. [купле-продаже](#);
2. решении имущественных споров в судебном порядке;
3. принятии управленческих и инвестиционных решений.

ООО «БизнесПартнер-Групп» (г. Москва)
Информация с сайта: <http://bp-g.ru/about>

Оценка деловой репутации - оценка стоимости гудвилла

Оценка деловой репутации предприятия и иных неидентифицируемых активов лучше связывается с некоторыми идентифицируемыми активами, включая [товарный знак](#) или [бренд](#).

Оценка представляет собой совокупность средств, позволяющих потребителю приобретать определенный товар, принося организации сверхприбыль. Каждое предприятие имеет репутацию, но её стоимость, то есть гудвилл, оценивается порой по-разному. Стоимость гудвилла выражается суммой, которую согласен заплатить покупатель сверх реальной цены активов компании.

В деловом мире различают два основных метода оценки:

1. **Балансовый метод** – это когда гудвилл является разницей между стоимостью организации и стоимостью активов на рынке;

2. **Оценка избыточных доходов** – оценка гудвилла определенной торговой марки или бренда, который позволяет получать компании такие прибыли, которых не было бы, если б не бренд.

Значение гудвилла бывает положительным или отрицательным. Оценка деловой репутации организации будет положительной, если стоимость предприятия будет превышать стоимость пассивов и активов, а отрицательной – в случае, когда стоимость предприятия будет ниже, чем балансовая стоимость чистых активов.

Деловая репутация фактически не имеет никакого срока давности и является величиной условной, так как практически невозможно рассчитать точный период, в течении которого будет продолжаться положительный эффект от действия репутации.

ООО «ГРОСС-Консалт» (г. Москва)
Информация с сайта: <http://vk.com/im?sel=19820808>

Оценка деловой репутации (гудвилла).

В повседневной жизни **деловая репутация** предприятия носит скорее эмоциональный характер, представляя собой «доброе имя», которое, в свою очередь, отражает стабильность компании, доверие и общее позитивное отношение клиентов (контрагентов) к ней. А между тем, оценка деловой репутации является сложнейшим направлением оценочной деятельности, требующей разработки ряда финансовых моделей и проведения трудоемких расчетов. Столь непростая задача под силу специалистам компании GBA, получившим признание на рынке оценочных услуг - достижения GBA в области оценки объектов интеллектуальной собственности отмечены дипломами конкурса «Лучший оценщик», вручаемыми компании два года подряд. Мы знаем, как решить поставленную клиентом задачу, независимо от уровня её сложности.

Развитие рынка M&A (слияний и поглощений) способствовало росту количества корпоративных сделок, при которых предприятия покупались по гораздо более высоким ценам, нежели стоимость их активов, что стало ярким доказательством наличия и значимости нематериальной составляющей, напрямую влияющей на стоимость бизнеса. Так в западной практике появился термин «**гудвилл**» (от англ. goodwill – «добрая воля»), под которым понималась готовность покупателя платить больше суммарной стоимости всех активов компании.

В современной практике под оценкой гудвилла подразумевается расчет всего, что позволяет компании получать больше прибыли, чем аналогичные фирмы, функционирующие на рынке. Стоимость гудвилла определяется многими факторами, такими, как наличие грамотного персонала, выгодного месторасположения, территории и другими неосозаемыми активами, добавляющими стоимость компании.

Для многих предприятий деловая репутация является самым значимым активом, которому не присущи ни обособленность, ни идентифицируемость. Поэтому оценка деловой репутации предприятия зачастую ассоциируется с оценкой бренда или товарного знака.

Гудвилл представляет собой особые преимущества, которые получает собственник действующего бизнеса или будущий покупатель, по сравнению с созданием нового предприятия (компании). Именно поэтому одним из самых распространенных случаев, в которых требуется оценка деловой репутации организации является покупка или продажа бизнеса, когда расчет стоимости гудвилла объясняет премию к стоимости всех активов предприятия.

В большинстве случаев оценка стоимости деловой репутации сводится к определению элементов бизнеса, стимулирующих клиентов делать свой выбор в пользу именно этой компании, тем самым принося ей гораздо большую прибыль, нежели аналогичным предприятиям.

Цели оценки деловой репутации

Специализируясь на оценке нематериальных активов, GBA помогает клиентам оценить деловую репутацию для целей:

- купли-продажи бизнеса
- составления финансовой отчетности в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО)
- оценки ущерба, причиненного деловой репутации.

Безусловно, оценка гудвила (деловой репутации) требует профессионального экспертного подхода. Специалистам компании GBA по плечу даже самые сложные и нетривиальные задачи, которые ставят перед нами клиенты. Успешный многолетний опыт в сфере оценки бизнеса и объектов интеллектуальной собственности позволяет нам гарантировать не только понимание специфики вашего бизнеса, но и высокую точность оценки его деловой репутации

ООО «Западно-Уральский институт экспертизы, оценки и аудита» (г. Пермь)
Информация с сайта: <http://www.zui.ru/rate/non-productive/>

Оценка деловой репутации

Как правило, необходимость в оценке деловой репутации компании возникает в процессе решения некоторой конкретной задачи, связанной с использованием имущественных прав на данную компанию и обусловлена целью этого использования.

Деловая репутация компании в структуре нематериальных благ выделена согласно ст. 150 Гражданского кодекса РФ. Деловая репутация, или гудвилл (от английского словосочетания «good will») в деловом мире рассматривается с двух точек зрения. Одни специалисты считают, что гудвилл – это стоимость практически всех элементов нематериальных активов предприятия, другие определяют гудвилл как величину, на которую стоимость бизнеса предприятия превосходит рыночную стоимость его материальных активов и той части нематериальных активов, что отражена в бухгалтерской отчетности (учтена в балансе предприятия).

Оценщик в процессе оценки деловой репутации фирмы трактует понятие «гудвилл» во втором значении. Гудвилл возникает, когда компания получает стабильные, высокие прибыли, ее доход на активы (или на собственный капитал) выше среднего по отрасли, в результате чего стоимость бизнеса превосходит стоимость его чистых активов. Гудвилл как экономическая величина принимается на баланс только в момент смены владельца предприятия. Основные свойства деловой репутации предприятия (гудвилл):

- присутствует только при наличии избыточной прибыли;
- не может быть отделена от действующего предприятия, т. е. не может быть продана отдельно от него.

Следует отметить, что иногда стоимость деловой репутации фирмы может намного превосходить стоимость ее балансовых активов. Поэтому, при сделках купли-продажи действующего бизнеса, проведение качественной оценки деловой репутации фирмы является необходимым условием выявления справедливой рыночной цены, которая устроит как покупателя, так и продавца бизнеса.

Перечень документов, необходимых для оценки деловой репутации:

- Копии учредительных документов (Устав, Учредительный договор, Свидетельство о регистрации) предприятия;
- Копии проспектов эмиссии, отчетов об итогах выпуска ценных бумаг (для предприятий в форме акционерных обществ);
- Виды деятельности предприятия и его организационная структура;
- Краткое описание сегмента рынка, где действует предприятие и конкурентной среды;
- Копии правоустанавливающих документов на недвижимое имущество предприятия (если есть);
- Бухгалтерская отчетность предприятия за последние 3 – 5 лет (или возможное количество предшествующих периодов) – бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках;
- Аудиторские заключения (если проводилась аудиторская проверка) по предоставленной бухгалтерской отчетности предприятия;
- Перечень основных средств предприятия на дату оценки;
- Данные обо всех активах предприятия (недвижимости, запасах, акциях сторонних обществ, векселях и пр., нематериальных активах – патентах, лицензиях) с расшифровкой;
- Расшифровка дебиторской задолженности предприятия;
- Информация о наличии дочерних компаний (если есть) и финансовая документация по ним;
- Краткий бизнес-план на ближайшие 3 – 5 лет с указанием планируемой валовой выручки по товарам/услугам, необходимых инвестиций, затрат, чистой прибыли и т.п. – по годам. Бизнес-план должен быть одобрен руководителем предприятия.

Указанные документы для оценки деловой репутации (гудвилл) должны быть предоставлены в виде копий, заверенных печатью и подписью уполномоченного лица предприятия, либо нотариально.

ООО «КСБ-Оценка» (г. Санкт-Петербург)
Информация с сайта: <http://www.kcbocenka.ru/content/otsenka-gudvilla-i-otsenka-biznesa-dlya-vashego-predpriyatiya-podrobnosti-na-saite>

Оценка стоимости деловой репутации (гуд-вилл)

В качестве цены фирмы рассматривается стоимость ее деловой репутации. В общей структуре нематериальных благ деловая репутация выделена в соответствии со статьей 150 Гражданского кодекса Российской Федерации. В деловом мире под понятием гуд-вилл подразумевается именно стоимость деловой репутации компании.

Гуд-вилл возникает тогда, когда фирма в течение длительного промежутка времени получает стабильные высокие доходы и ее прибыль превышает среднеуровневые показатели в конкретной отрасли. В качестве экономической величины гуд-вилл принимается на баланс лишь в момент смены непосредственного владельца компании.

Необходимые документы и сведения для оценки гуд-вилл фирмы

1. копии учредительных документов - Устава, Свидетельства о регистрации, Учредительного договора
2. указание видов деятельности и организационной структуры компании
3. для акционерных обществ - копии проспектов эмиссии и отчетов об итогах выпуска ценных бумаг
4. если имеется недвижимое имущество – копии договоров аренды на него
5. бухгалтерская отчетность за 3-5 лет или возможное кол-во предыдущих периодов – бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках
6. ведомость основных фондов и инвентарные списки имущества
7. если была проведена аудиторская проверка – последнее заключение проверявшего аудитора
8. сведения обо всех активах компании – запасы, недвижимость, векселя, акции сторонних обществ, нематериальные активы и пр
9. расшифровка кредиторской задолженности
10. расшифровка дебиторской задолженности по срокам образования, по видам задолженности, указание доли сомнительной задолженности
11. данные о наличии дочерних компаний, холдингов. Если таковые имеются, необходимо предоставить финансовую документацию по ним
12. подробный план развития компании на ближайшие 3-5 лет с указанием по годам:
 - планируемой валовой выручки по товарам/услугам;
 - необходимых инвестиций;
 - затрат;
 - чистой прибыли.

Представленный перечень документов и информации носит предварительный характер, он может быть откорректирован после детального ознакомления специалиста по оценке с заданием на экспертизу

Стоимость услуг по оценке стоимости деловой репутации (гуд-вилл)

Различные цели и объемы работ по оценке в каждом конкретном случае могут предполагать определение стоимости и сроков проведения оценочной экспертизы отдельно для каждого объекта, поэтому цена на оказание услуг устанавливается персонально для каждого заказчика и обговаривается в индивидуальном порядке, так как зависит от многих влияющих на нее факторов.

Межрегиональный Центр Оценки и Экспертизы (г. Москва, г. Кемерово)
Информация с сайта: <http://mcoe.ru/o-kompanii/o-kompanii.html>

Оценка деловой репутации (гудвилл)

Услуги Межрегионального Центра Оценки и Экспертизы - это разумное сочетание компетентности, оперативности и финансовой привлекательности

Гудвилл – это преимущества, которые получает покупатель при покупке уже существующей и действующей компании, по сравнению с организацией новой фирмы. Однако, для оценки гудвилла продажа компании не является обязательным условием.

Сделки по слиянию, купле-продаже компаний, при которых они приобретались по ценам, значительно превышающим суммарную стоимость их активов - наглядное подтверждение того, что существует нечто нематериальное, возможно неотделимое от самой компании, но в большой степени влияющее на стоимость бизнеса. Для обозначения этого "нечто" используют термин "гудвилл", от английского Goodwill, что в дословном переводе означает "добрая воля", то есть готовность покупателя заплатить за компанию больше суммарной стоимости её активов.

Поэтому понятие "гудвилл" включает все, что помогает компании получать прибыль на единицу активов больше, чем средняя аналогичная компания этой отрасли. Это может быть компетентное руководство, квалифицированный и сплоченный коллектив или выгодное географическое расположение и т.п.

Часто гудвилл привязывают к эксклюзивным правам обладания какими-либо идентифицируемыми активами (товарным знаком или брендом). В этом случае такой нематериальный актив будет иметь определенный срок службы и являться амортизируемым.

Экспертная оценка деловой репутации (гудвилла) состоит в определении совокупности тех элементов бизнеса или персональных качеств работников предприятия, которые стимулируют клиентов обращаться к услугам данной компании и которые приносят ей сверхприбыль, рассчитанную с учетом обладания компанией всеми типами активов, включая нематериальные активы, которые должны быть идентифицированы и отдельно оценены.

Оценка стоимости деловой репутации (гудвилла) основывается на двух основных методах:

- оценка гудвилла как бренда, который помогает компании извлекать сверхприбыли по сравнению с ситуацией, если бы она продавала небрендовый товар;
- балансовом, где стоимость гудвила определяется разницей между стоимостью бизнеса в целом и стоимостью его активов, как материальных, так и идентифицируемых нематериальных.

Высокий уровень профессионализма наших экспертов позволяет нам гарантировать высокую точность и объективность проводимой оценки.

Перечень документов, необходимых для оценки деловой репутации (гудвилла):

- Копии учредительных документов (Устав, Учредительный договор, Свидетельство о регистрации).
- Копии проспектов эмиссии, отчетов об итогах выпуска ценных бумаг (для акционерных обществ).
- Виды деятельности и организационная структура компании. Копии договоров аренды на недвижимое имущество (если есть).
- Данные бухгалтерской отчетности за последние 3-5 лет (или возможное количество предшествующих периодов): бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках.
- Последнее заключение аудитора (если проводилась аудиторская проверка). Ведомость основных фондов.
- Инвентарные списки имущества.
- Данные о всех активах (недвижимости, запасах, акциях сторонних обществ, векселях, нематериальных активах и пр.).
- Расшифровка кредиторской задолженности.
- Расшифровка дебиторской задолженности: по срокам образования, по видам дебиторской задолженности, доля сомнительной задолженности.
- Информация о наличии дочерних компаний, холдингов (если есть), финансовая документация по ним.
- План развития предприятия на ближайшие 3-5 лет с указанием планируемой валовой выручки по товарам/услугам, необходимых инвестиций, затрат, чистой прибыли - по годам.

Данный перечень документов носит предварительный характер и может быть значительно скорректирован в ходе детального ознакомления эксперта-оценщика с техническим заданием на оценку.

АО «Премьер»
Информация с сайта: <http://www.1ao.ru/ofirme/>

Оценка деловой репутации

Единица измерения - 1 объект
Срок выполнения - 14-20 дней

Минимальная стоимость - 45 000 рублей

Как правило, необходимость в оценке деловой репутации компании возникает в процессе решения некоторой конкретной задачи, связанной с использованием имущественных прав на данную компанию и обусловлена целью этого использования.

Деловая репутация компании в структуре нематериальных благ выделена согласно ст. 150 Гражданского кодекса РФ. Деловая репутация, или гудвилл (от английского словосочетания "good will") в деловом мире рассматривается с двух точек зрения. Одни специалисты считают, что гудвилл - это стоимость практически всех элементов нематериальных активов предприятия, другие определяют гудвилл как величину, на которую стоимость бизнеса предприятия превосходит рыночную стоимость его материальных активов и той части нематериальных активов, что отражена в бухгалтерской отчетности (учтена в балансе предприятия).

Оценщик в процессе оценки деловой репутации фирмы трактует понятие "гудвилл" во втором значении. Гудвилл возникает, когда компания получает стабильные, высокие прибыли, ее доход на активы (или на собственный капитал) выше среднего по отрасли, в результате чего стоимость бизнеса превосходит стоимость его чистых активов. Гудвилл как экономическая величина принимается на баланс только в момент смены владельца предприятия.

Основные свойства деловой репутации предприятия (гудвилл):

- присутствует только при наличии избыточной прибыли;
- не может быть отделена от действующего предприятия, т. е. не может быть продана отдельно от него.

Следует отметить, что иногда стоимость деловой репутации фирмы может намного превосходить стоимость ее балансовых активов. Поэтому, при сделках купли-продажи действующего бизнеса, проведение качественной оценки деловой репутации фирмы является необходимым условием выявления справедливой рыночной цены, которая устроит как покупателя, так и продавца бизнеса.

Перечень документов и информации, необходимых оценщику для проведения оценки деловой репутации предприятия:

- Копии учредительных документов (Устав, Учредительный договор, Свидетельство о регистрации) предприятия.
- Копии проспектов эмиссии, отчетов об итогах выпуска ценных бумаг (для предприятий в форме акционерных обществ).
- Виды деятельности предприятия и его организационная структура.
- Краткое описание сегмента рынка, где действует предприятие, и конкурентной среды.
- Копии правоустанавливающих документов на недвижимое имущество предприятия (если есть).
- Бухгалтерская отчетность предприятия за последние 3 - 5 лет (или возможное количество предшествующих периодов) - бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках.
- Аудиторские заключения (если проводилась аудиторская проверка) по предоставленной бухгалтерской отчетности предприятия.
- Перечень основных средств предприятия на дату оценки.
- Данные обо всех активах предприятия (недвижимости, запасах, акциях сторонних обществ, векселях и пр., нематериальных активах - патентах, лицензиях) с расшифровкой.
- Расшифровка дебиторской задолженности предприятия.
- Информация о наличии дочерних компаний (если есть) и финансовая документация по ним.
- Краткий бизнес-план на ближайшие 3 - 5 лет с указанием планируемой валовой выручки по товарам/услугам, необходимых инвестиций, затрат, чистой прибыли и т.п. - по годам. Бизнес-план должен быть одобрен руководителем предприятия.

Указанные документы для оценки деловой репутации (гудвилл) должны быть предоставлены в виде копий, заверенных печатью и подписью уполномоченного лица предприятия, либо нотариально.

ООО «Профессиональная оценка» (г. Воронеж)
Информация с сайта: <http://www.profocen-euro.ru/>

ГУДВИЛ - это преимущества, которые получает покупатель при покупке уже существующей и действующей компании в сравнении с организацией новой фирмы. Однако для оценки гудвилла (**оценки репутации** фирмы в Воронеже) продажа компании не является обязательным условием.

Оценка гудвилла - это определение разности между стоимостью всех активов и пассивов организации и единым имущественным комплексом.

Оценка деловой репутации в Воронеже и других не идентифицируемых активов целесообразно связывать с какими-то идентифицируемыми активами, в том числе с товарным знаком или брендом.

В условиях современного мира любой объект собственности - это возможный источник дохода и объект рыночной сделки. Таким же объектом являются и права собственника. Нематериальные активы (товарные знаки, бренд, технологии, ноу-хау, специальные маркетинговые разработки) оказывают существенное влияние на конкурентоспособность и эффективность ведения бизнеса - они способны приносить дополнительные доходы.

На стоимость компании, её конкурентоспособность, нередко влияет именно «деловая репутация», как принято говорить в России. В западных странах и в международной практике применяется термин «Гудвилл» (Goodwill).

Оценка репутации фирмы (гудвилла) в Воронеже состоит в определении совокупности тех элементов бизнеса или персональных качеств, которые стимулируют клиентов обращаться именно к данной компании, которые приносят фирме прибыль сверх требуемой для получения разумного дохода на все остальные активы компании.

Гудвилл в деловом мире рассматривается как **стоимость деловой репутации** фирмы. **Деловая репутация** в структуре нематериальных благ выделена согласно ст. 150 Гражданского кодекса РФ. Гудвилл возникает, когда компания получает стабильные, высокие прибыли, ее доходы превышающие средний уровень в данной отрасли. Гудвилл как экономическая величина оценивается и принимается на баланс только в момент смены владельца предприятия.

Большое количество сделок в мире по слиянию, при которых компании приобретались по гораздо большим ценам, чем стоимости активов - прямое доказательство того, что существует нечто нематериальное, возможно неотделимое от самой компании, но существенно изменяющее стоимость бизнеса. Для данного явления в корпоративном бизнесе используется термин "гудвилл", от английского Goodwill, что в дословном переводе означает "добрая воля", т.е. готовность покупателя заплатить больше общей стоимости активов.

Для большинства компаний гудвилл (**деловая репутация фирмы**) является самым значительным активом, которому не присущи идентифицируемость и обособленность.

Иногда гудвилл привязывают к эксклюзивным правам обладания торговым знаком. Такой вид нематериального актива будет иметь определенный срок службы и является амортизируемым.

Вообще гудвиллом может являться все, что помогает компании получать больше прибыли на единицу активов, чем у средней аналогичной компании. Например, это может быть грамотный руководитель, хорошо обученный дружный персонал или выгодное территориальное месторасположение.

Оценка стоимости гудвилла осуществляется по двум основным методам:

- **избыточных прибылей** - оценка гудвилла как бренда, который помогает компании извлекать больше прибыли по сравнению с ситуацией, если бы она продавала небрендовый товар, не обладающий известной торговой маркой;
- **балансовом** - **стоимость гудвила** равняется разнице между стоимостью бизнеса в целом и стоимостью его активов, как материальных, так и нематериальных.

Что такое Гудвилл?

Первоначально нужно определить, что такое хорошая деловая репутация компании: во-первых, это сильная команда менеджеров и разработанная маркетинговая стратегия, во-вторых, высокое качество продукции (услуг или работ), третье - высокие кредитные показатели, а также корпоративная культура и выгодное месторасположение, налаженные отношения с поставщиками.

Таким образом понятно, что стоимость организации, представленной единым имущественным комплексом, существенно отличается от стоимости активов и пассивов организации. Доказательством этому является большое количество слияний и поглощений в США, Европе, когда компании приобретались за гораздо большие или наоборот, меньшие суммы, чем стоимости их активов. Разница между этими двумя показателями и называется goodwill (гудвилл). Произошло данное понятие от английского слова «GoodWill», что в дословном переводе значит «добрая воля» - это готовность покупателя заплатить

большую или меньшую сумму, чем стоимость всех чистых активов приобретаемой компании. Деловая репутация, Гудвилл, может быть, как положительным, так и отрицательным.

В большинстве случаев собственники бизнеса любят переоценивать влияние имеющихся у них нематериальных активов, из-за чего реализуемая стоимость бизнеса существенно увеличивается. Важно учитывать, что неосозаемый (нематериальный) капитал должен конвертироваться в доход - и показатель этого дохода должен существенно превышать среднерыночный. То есть, бренд является менее ценным, если он не выигрывает в конкурентной борьбе и не дает продавать товар дороже, чем аналогичный продукт конкурента. Таким образом, Гудвилл является отрицательным - и негативно влияет на итоговую стоимость компании, поскольку при таких же материальных активах реализовать продукцию будет сложнее, чем с положительным Гудвиллом.

Как осуществляется оценка Гудвилла?

Есть два способа определить стоимость гудвилла:

1. Метод избыточной прибыли предполагает представление **оценки Гудвилла**, как источника дополнительных поступлений прибыли. Согласно данной методике, происходит прямое противопоставление уровней прибыльности оцениваемого предприятия и конкурентов (или аналогичных по отрасли) с последующей капитализацией той части, которая не может объяснена «материальным» влиянием (активами);

2. Балансовый метод основывается на учете результатов конкретных торговых операций. Величина приобретаемого «гудвилла» (деловой репутации), представляется, как размер разницы между суммой, которую уплатили за предприятие, и совокупной стоимостью активов и пассивов этого предприятия, которая зафиксирована в последнем бухгалтерском отчете или балансе.

Рассматривая балансовый метод нельзя не отметить его громоздкость и неудобство. Сравнительный метод является более надежным, так как **оценка гудвилла** в бизнеса должна быть материально осязаемой - ведь именно она объясняет, почему продукция от компании «Adidas» будет стоить дороже, чем любой другой местный спортивный костюм. Кстати говоря, сравнительный метод является также эффективным и во многих других случаях.

В деловом мире Гудвилл рассматривается как стоимость деловой репутации организации. Она выделена статьей 150 Гражданского Кодекса Российской Федерации. Необходимость в **оценке Гудвилла** появляется тогда, когда организация получает высокую прибыль, а её доходы существенно превышают средний уровень по всей отрасли. Как экономическая величина стоимость Гудвилла оценивается и принимается на баланс, как правило, при смене владельца организации.

В каких случаях нужно оценивать Гудвилл?

1. Покупка или продажа бизнеса - это основная причина, по которой важно оценить Гудвилл. Ведь помимо материальных активов, компания заработала еще и определенную лояльность потребителей, смогла занять определенную нишу на рынке, дала знания и опыт своим сотрудникам. Расчет этого крайне важен, поскольку, как уже говорилось, продажа предприятия может происходить за гораздо более высокую цену при хорошем Гудвилле;

2. Слияние и поглощение компании - здесь причины те же, что и при покупке или продаже бизнеса. Важно учесть всю выгодность сделки - иначе одна из сторон потеряет интерес к её совершению;

3. Принятие управленческих решений - знание о точной стоимости своей компании помогает принимать более точные и верные управленческие решения.

Какие документы необходимы для проведения оценки Гудвилла?

1. Бухгалтерская отчетность за последние 3 года (или возможное количество предыдущих периодов), а также бухгалтерский баланс и отчет о прибылях, убытках;

2. Аудиторские заключения по бухгалтерской отчетности компании (если есть);

3. Перечень основных материальных средств компании на дату проведения оценки;

4. Информация обо всех имеющихся активах предприятия (недвижимость, акции сторонних организаций, вексели, запасы, патенты, лицензии и т. д.) с расшифровкой и пояснениями;

5. Расшифровка дебиторской задолженности компании;

6. Информация о наличии дочерних компаний и финансовая отчетность по ним.

Компания **ООО «Профессиональная оценка»** понимает всю важность точного определения стоимости Гудвилла - ведь именно данная оценка является одной из самых ярких характеристик вашей торговой и предпринимательской деятельности. Оценить лояльность потребителей, их доверие к торговому знаку и бренду в целом, и учесть эти факторы при оценке стоимости предприятия - цель **оценки Гудвилла**.

Оценка деловой репутации предприятия в Воронеже - это оценка совокупности тех средств, которые дают потребителю мотивацию приобретать тот или иной товар, что в конечном итоге приносит предприятию сверхприбыль. Любое предприятие обладает репутацией, однако стоимость её, т.е. **гудвилл** (от англ. Goodwill - «хорошая репутация»), может оцениваться по-разному.

Несомненно, гудвилл относится к нематериальным ценностям предприятия, что закреплено статьей 150 Гражданского кодекса РФ. В то же время это единственный вид НМА (нематериальных активов), который не может рассматриваться отдельно от предприятия.

Стоимость гудвилла - это сумма, которую готов заплатить покупатель сверх реальной стоимости активов предприятия. В основном, существует два способа **оценки гудвилла**:

1) оценка избыточных прибылей, т.е. **оценка гудвилла**, как некой торговой марки или бренда, который дает возможность предприятию получать большие прибыли, нежели оно могло бы получить при торговле небрендовым товаром;

2) балансовый метод, т.е. гудвилл предстает как разница между стоимостью всего предприятия и рыночной стоимостью его активов.

Значение гудвилла может быть как положительным, так и отрицательным. Гудвилл будет отрицательным при том условии, что **рыночная стоимость предприятия в Воронеже** окажется ниже балансовой стоимости чистых активов. Положительная деловая репутация (гудвилл) складывается благодаря тому, что стоимость предприятия превышает стоимость его активов и пассивов. Это значит, что предприятие обладает неким качеством, которое не определяется стоимостью его активов и пассивов. Именно это качество есть совокупность активов, мотивирующая клиентов использовать товары и услуги конкретного предприятия. Фактически деловая репутация не имеет срока давности. В российской экономической практике принято считать, что прибыль от репутации можно получать в течение 20 лет.

Однако это величина условная, рассчитать точный срок положительного эффекта от действия репутации практически невозможно. Во многом это зависит и от того, что именно является гудвиллом в данном конкретном предприятии. Гудвиллом могут быть хорошо обученный сотрудник, исключительный руководитель, система управления предприятия в целом, качество обслуживания клиентов, обладание эксклюзивной торговой маркой, лицензии, патенты, базы данных клиентов, долгосрочные контракты.

Более подробную информацию об деловой репутации в Воронеже Вы можете узнать позвонить по телефону +7-473-277-42-29, или связаться с нами по электронной почте prgfocen@mail.ru.

Мы работаем не только в Воронеже, но и по центру Российской Федерации, а именно: **Москва, Белгород, Брянск, Владимир, Иваново, Калуга, Кострома, Курск, Липецк, Орел, Рязань, Смоленск, Тамбов, Тверь, Тула, Ярославль.**

ООО «Спецоценка»
Информация с сайта: <http://www.specocenka.ru/value/goodvill.htm>

Оценка Гудвилла

Гудвилл является совокупностью нематериальных активов компании — в него входят бренд, **деловая репутация**, устойчивое положение на рынке, качество управления, слаженность персонала. **Деловая репутация** предприятия в структуре нематериальных благ выделена согласно ст. 150 Гражданского кодекса РФ

Деловая репутация, или **гудвилл** рассматривается с двух позиций. Одна из них это стоимость практически всех элементов нематериальных активов предприятия, другая как величина, на которую стоимость бизнеса предприятия превосходит рыночную стоимость его материальных активов и той части нематериальных активов, что отражена в балансе предприятия. Оценщик в процессе **оценки деловой репутации** фирмы понимает понятие «**гудвилл**» во втором значении. **Гудвилл** возникает, когда предприятие получает стабильные, высокие прибыли, ее доход на активы (или на собственный капитал) выше среднего по отрасли, в результате чего стоимость бизнеса превосходит стоимость его чистых активов. **Гудвилл** как экономическая величина принимается на баланс только в момент смены владельца предприятия

Основные свойства **деловой репутации** предприятия (гудвилл): присутствует только при наличии избыточной прибыли; не может быть отделена от действующего предприятия, т. е. не может быть продана отдельно от него. В таких случаях, при купле-продаже действующего бизнеса, проведение **оценки деловой репутации** фирмы является необходимым условием выявления справедливой рыночной цены бизнеса

Гудвилл:

- присутствует только при наличии избыточной прибыли;
- не может быть отделен от действующего предприятия, т.е. не может быть продан отдельно от самого предприятия.

Цели оценки гудвилла:

Определение стоимости деловой репутации производится, когда компания стабильно работает на рынке продолжительное время и имеет доход на единицу стоимости ее чистых активов выше среднего в данном сегменте рынка. Как правило, рыночная стоимость гудвилла определяется при сделках с предприятием

Перечень документов и информации, необходимых оценщику для проведения оценки деловой репутации предприятия (гудвилла):

- Копии учредительных документов (Устав, Учредительный договор, Свидетельство о регистрации) предприятия;
- Копии проспектов эмиссии, отчетов об итогах выпуска ценных бумаг (для предприятий в форме акционерных обществ);
- Виды деятельности предприятия и его организационная структура;
- Краткое описание сегмента рынка, где действует предприятие и конкурентной среды;
- Копии правоустанавливающих документов на недвижимое имущество предприятия (если есть);
- Бухгалтерская отчетность предприятия за последние 3 – 5 лет (или возможное количество предшествующих периодов) – бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках;
- Аудиторские заключения (если проводилась аудиторская проверка) по предоставленной бухгалтерской отчетности предприятия;
- Перечень основных средств предприятия на дату оценки;
- Данные обо всех активах предприятия (недвижимости, запасах, акциях сторонних обществ, векселях и пр., нематериальных активах – патентах, лицензиях) с расшифровкой;
- Расшифровка дебиторской задолженности предприятия;
- Информация о наличии дочерних компаний (если есть) и финансовая документация по ним;
- Бизнес-план на ближайшие 3 – 5 лет с указанием планируемой валовой выручки по товарам/услугам, необходимых инвестиций, затрат, чистой прибыли и т.п. – по годам. Бизнес-план должен быть одобрен руководителем предприятия.

ООО «Финансовый Советник» (г. Москва, г. Владимир)

Информация с сайта: <http://fs-k.ru/ocenka-reputacii>

Деловая репутация компании (гудвилл) - является ее нематериальным активом и может в целом ряде случаев подвергаться оценке. У понятия «гудвилл» имеется много составляемых, и обычно при формировании деловой репутации компании во внимание берется общественная оценка ее деятельности, общественное мнение о самой компании, ее названии, логотипе, товарах, проектах и прочем.

Кроме того, гудвилл компании или предприятия состоит из ее престижа, деловой репутации, особенностей взаимоотношений с клиентами и партнерами и так далее. Эти все факторы никак не могут быть отражены в бухгалтерской документации, однако являются источником получения прибыли.

Этот вид оценки еще достаточно экзотичен для российской практики. Однако он очень важен для бизнеса, особенно для сферы услуг и торговли.

Методы и способы оценки деловой репутации

Единой системы оценки гудвилла не существует, как и единого мнения о том, какие именно активы должны браться во внимание в этом случае. Чаще всего при оценке гудвилла учитываются так называемые неотделимые от производства активы: объемы инвестиций в обучение персонала и уровень его облученности, затраты на рекламу и степень проникновения на рынок товара и услуги, выгодность территориального расположения и репутация компании.

Обычно гудвилл оценивается путем расчета разницы между рыночной стоимостью активов предприятия и собственной стоимостью бизнеса. Для того чтобы выполнить такой расчет нужно получить суммарную стоимость материальных и нематериальных активов предприятия. На этом этапе оценщик работает в плотном сотрудничестве с бухгалтером предприятия. Вторая величина – стоимость бизнеса – может определяться сравнительным или доходным методом оценки.

Иногда стоимость гудвилла равнозначна избыточной прибыли, которую приносит бизнес. Для того или иного материального и нематериального актива можно установить условную норму доходности. Все, что предприятие получает сверх совокупного дохода, рассчитываемого по этим нормам, можно отнести в заслугу гудвиллу, и, исходя из размера этой суммы, определяется его стоимость.

Третий часто практикуемый в России метод оценки базируется на учете объема реализации. Это чисто математический метод, построенный на учете среднеотраслевых коэффициентов рентабельности.

Особенности оценки деловой репутации

Для России понятие «гудвила» достаточно ново, хотя в дореволюционный период деловая репутация имела колоссальное значение для частного бизнеса. В экономике США гудвилл более конкретен, потому что регламентируется перечнем официальных документов. Например, к разработке и упорядочению оценки гудвилла методом избыточной прибыли приложили руки Налоговое управление и Минфин США. В российской же практике документально установленных государством коэффициентов прибыльности активов не существует. Однако это не мешает применению метода расчета избыточной прибыли, а факт отсутствия единых коэффициентов на практике оказался даже полезным, потому что оценщик самостоятельно их рассчитывает, подбирая для этого максимально сходные предприятия.

При выборе метода оценки гудвилла следует учесть, что сама процедура относится к числу дорогостоящих, требующих приложения значительных усилий и материальных затрат, а потому расходы на ее осуществление не должны превысить размеров ценности полученной в результате информации.

Что такое гудвилл и почему его оценивают?

Самыми распространенными ситуациями, когда требуется оценка гудвилла, является [купля-продажа](#) бизнеса, его отчуждение, закрытие, [слияние и поглощение](#), [принятие решений по управлению](#) стоимостью компании и прочее. Гудвилл – это важный фактор, который способен в значительной степени повлиять на рыночную стоимость бизнеса.

Стоимость услуг

Стоимость услуг оценки нельзя заранее точно определить ко всем объектам нематериальных активов, т.к. каждый НМА специфичен и имеет свои особенности. В данной таблице мы приводим минимальную стоимость услуг по оценке репутации компании.

Документы необходимые для оценки

1. Бухгалтерские документы (отчетность за последние три года - бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках)
2. Копия аудиторского заключения (если имеет место)

3. Информация о всех активах предприятия (списки движимого имущества, основных фондов, ценных бумаг, НМА, товарных запасов, недвижимости, договоры аренды, лизинга и прочее)

4. Данные о кредиторской и дебиторской задолженности

5. Информация в свободной форме о структуре организации (наличие филиальной сети, "дочек", холдингов) и планах развития предприятия на ближайшие несколько лет

6. Копии учредительных документов организации

Предоставляемые документы должны быть заверены в установленном порядке (Регламентировано ФСО №2 п.11).

ООО «Эксперт-Оценка» (г. Москва)
Информация с сайта: <http://www.9r.ru/part45.html>

Оценка товарных знаков и деловой репутации (гудвилла)

Действующее законодательство определяет товарный знак как обозначение, служащее для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг (далее - товары) юридических или физических лиц (ст. 1 Закона РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" В ред. Федерального закона от 11 декабря 2002 г. N 166-ФЗ; НГР: P0205885).

Оценка стоимости товарного знака, торговой марки, фирменного наименования или иного отличительного признака товара тесно связано с оценкой бизнеса и производится на основе анализа полного цикла производства и реализации товаров или услуг данной компании и предполагает определение рыночной стоимости оцениваемого объекта через определение значимости влияния данного отличительного признака на величину прибыли компании и объем реализации товаров и услуг.

Оценочная экспертиза перечисленных выше объектов может проводиться при продаже товарных знаков или бизнеса целиком, переоценке активов компании, при вносе в уставной капитал, при передаче права использования торговой марки по договору франчайзинга, при определении размера ущерба, причиненного правообладателю незаконным использованием торговой марки и т.д.

В некоторых случаях, например, при продаже бизнеса, целесообразно оценить совокупный вклад всех нематериальных активов в процесс создания прибыли предприятия. В этом случае производится также оценка деловой репутации компании (гудвилл). Определение стоимости гудвилл производится, когда компания стабильно работает на рынке продолжительное время и имеет высокий (выше среднего в данном сегменте рынка) доход на единицу стоимости ее чистых активов, в результате чего, стоимость бизнеса превосходит суммарную стоимость всех активов компании.

Гудвилл

Большое количество корпоративных слияний и поглощений на западе, при которых компании приобретались по гораздо большим ценам, чем стоимости активов - яркое доказательство того, что существует нечто нематериальное, возможно неотделимое от самой компании, но коренным образом изменяющее стоимость бизнеса. Для этого нечто обычно используют термин "гудвилл", от английского Goodwill, что в дословном переводе означает "добрая воля", т.е. готовность покупателя заплатить больше суммарной стоимости активов.

Синонимом гудвилла в русском языке обычно называют деловую репутацию т.к. этим термином оперировали составители ПБУ 14/2000. Стоит заметить, что существует отличия в определениях МСУ № 22 и ПБУ 14/2000. Согласно МСУ №22 гудвилл определяется как разница между покупной ценой и рыночной стоимостью активов фирмы, а согласно ПБУ 14/2000 деловая репутация - это разница между покупной ценой и балансовой стоимостью этих активов.

Иногда гудвилл привязывают к эксклюзивным правам обладания торговым знаком. Такой вид нематериального актива будет иметь определенный срок службы и является амортизируемым.

Вообще гудвиллом может являться все, что помогает компании получать прибыли больше на единицу активов, чем у средней аналогичной компании. Например, это может быть грамотный руководитель, хорошо обученный дружный персонал или выгодное территориальное положение.

ООО «ЮрАудитГрупп» (г. Нижний Новгород)
Информация с сайта: http://yuraudit.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=54&Itemid=58

Оценка гудвилла

Гудвилл – это преимущества, которые получает покупатель при покупке уже существующей и действующей компании, по сравнению с организацией новой фирмы. Однако для оценки гудвилла продажа компании не является обязательным условием.

Оценка гудвилла и других неидентифицируемых активов обычно связана с какими-то идентифицируемыми активами, в том числе с товарным знаком или брендом

Для большинства задач оценка деловой репутации фирмы (гудвилла) заключается в определении совокупности тех элементов бизнеса или персональных качеств, которые стимулируют клиентов обращаться именно к данному предприятию и которые приносят фирме прибыль сверх требуемой для получения разумного дохода на все остальные активы компании, включая доход на нематериальные активы, которые могут быть идентифицированы и отдельно оценены

Гудвилл в деловом мире рассматривается как стоимость деловой репутации фирмы. Деловая репутация в структуре нематериальных благ выделена согласно ст. 150 Гражданского кодекса РФ. Гудвилл возникает, когда компания получает стабильные, высокие прибыли ее доходы превышающие средний уровень в данной отрасли. Гудвилл как экономическая величина оценивается и принимается на баланс только в момент смены владельца предприятия.

Большое количество корпоративных слияний и поглощений на западе, при которых компании приобретались по гораздо большим ценам, чем стоимости активов - яркое доказательство того, что существует нечто нематериальное, возможно неотделимое от самой компании, но коренным образом изменяющее стоимость бизнеса. Для этого нечто обычно используют термин "гудвилл", от английского Goodwill, что в дословном переводе означает "добрая воля", т.е. готовность покупателя заплатить больше суммарной стоимости активов.

Синонимом гудвилла в русском языке обычно называют деловую репутацию т.к. этим термином оперировали составители ПБУ 14/2000. Стоит заметить, что существует отличия в определениях МСУ № 22 и ПБУ 14/2000. Согласно МСУ №22 гудвилл определяется как разница между покупной ценой и рыночной стоимостью активов фирмы, а согласно ПБУ 14/2000 деловая репутация - это разница между покупной ценой и балансовой стоимостью этих активов.

Иногда гудвилл привязывают к эксклюзивным правам обладания торговым знаком. Такой вид нематериального актива будет иметь определенный срок службы и является амортизируемым.

Вообще гудвиллом может являться все, что помогает компании получать прибыли больше на единицу активов, чем у средней аналогичной компании. Например, это может быть грамотный руководитель, хорошо обученный дружный персонал или выгодное территориальное положение

Для большинства задач **оценка стоимости гудвилла** заключается в определении совокупности тех элементов бизнеса или персональных качеств, которые стимулируют клиентов обращаться именно к данному предприятию и которые приносят фирме прибыль сверх требуемой для получения разумного дохода на все остальные активы компании, включая доход на нематериальные активы, которые могут быть идентифицированы и отдельно оценены

Оценка стоимости гудвилла базируется на двух основных методах:

- избыточных прибылей – оценка гудвилла как бренда, который помогает компании извлекать больше прибыли по сравнению с ситуацией, если бы она продавала небрендовый товар;
- балансовом – стоимость гудвила равняется разнице между стоимостью бизнеса в целом и стоимостью его активов, как материальных, так и идентифицируемых нематериальных.

Документы для оценки гудвилла и деловой репутации

Для того, чтобы оценить стоимость гудвилла или деловой репутации, необходимо предоставить следующие документы:

- Копии учредительных документов (Устав, Учредительный договор, Свидетельство о регистрации).
- Копии проспектов эмиссии, отчетов об итогах выпуска ценных бумаг (для акционерных обществ).
- Виды деятельности и организационная структура компании.
- Копии договоров аренды на недвижимое имущество (если есть).
- Данные бухгалтерской отчетности за последние 3-5 лет (или возможное количество предшествующих периодов): бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках
- Последнее заключение аудитора (если проводилась аудиторская проверка).
- Ведомость основных фондов.

—Инвентарные списки имущества.

— Данные о всех активах (недвижимости, запасах, акциях сторонних обществ, векселях, нематериальных активах и пр.).

—Расшифровка кредиторской задолженности

—Расшифровка дебиторской задолженности: по срокам образования, по видам дебиторской задолженности, доля сомнительной задолженности.

— Информация о наличии дочерних компаний, холдингов (если есть), финансовая документация по ним.

— План развития предприятия на ближайшие 3-5 лет с указанием планируемой валовой выручки по товарам/услугам, необходимых инвестиций, затрат, чистой прибыли - по годам.

Данный перечень документов носит предварительный характер и может быть сокращен или расширен после детального ознакомления оценщика с заданием на экспертизу.